

RESEARCH OUTPUTS / RÉSULTATS DE RECHERCHE

Portraits de métaphores : réflexions autour des enjeux communicationnels des métaphores dans l'hypermédia

Collard, Anne-Sophie

Published in:
Communication

Publication date:
2005

Document Version
le PDF de l'éditeur

[Link to publication](#)

Citation for pulished version (HARVARD):

Collard, A-S 2005, 'Portraits de métaphores : réflexions autour des enjeux communicationnels des métaphores dans l'hypermédia', *Communication*, VOL. 23, Numéro 2, p. 103-124.

General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal ?

Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

Portraits de métaphores

Réflexions autour des enjeux communicationnels des métaphores dans l'hypermédia

Anne-Sophie Collard

- 1 La métaphore est un des outils utilisés pour concevoir des hypermédias. Nous proposons de réfléchir aux enjeux qu'elle génère sur le plan communicationnel lorsqu'elle participe à la construction d'un tel dispositif. La problématique de l'intérêt de l'utilisation de métaphores dans les hypermédias n'est pas neuve. En 1985, déjà, alors que le principe d'organisation hypertextuelle n'était pas encore fort répandu, des chercheurs mettaient au point un hypermédia métaphorisé appelé le Symbolics Document Examiner. L'objectif du *design*, présenté sous forme de livre, était de rendre l'utilisation du dispositif la plus simple possible (Nielsen, 1995 : 50-51). Aujourd'hui, dans le monde de la recherche, comme dans celui de la conception, l'intérêt pour l'usage de métaphores dans les hypermédias est plus nuancé. Notre perspective tente de relativiser l'engouement de départ pour cet outil de conception, sans oublier les effets positifs qu'il peut susciter chez l'utilisateur en termes de compréhension du dispositif et de ses contenus.
- 2 L'ambition principale de cet article, au-delà des prises de position en faveur ou non de la métaphore, est de proposer des typologies de métaphores afin de montrer que, dans ce domaine de recherche, il est essentiel de situer son objet par rapport à une définition précise de la métaphore dans l'hypermédia. Notre hypothèse est qu'il existe en effet plusieurs catégories de métaphores et que celles-ci ont des implications différentes pour l'utilisateur dans sa navigation et sa compréhension. Faire l'impasse sur cette démarche de distinction conduit en effet à une confusion de niveaux et à des comparaisons vaines.
- 3 Notre propos s'inscrit dans le cadre d'une recherche sur la compréhension de l'hypermédia métaphorisé qui nous conduit à adopter une approche cognitive de la métaphore. Cette perspective s'attache à étudier l'activité *mentale* de l'utilisateur et les relations qu'elle entretient avec les spécificités sémiotiques du dispositif hypermédiatique métaphorisé. Nous commencerons donc par envisager la métaphore comme une opération cognitive qui agit sur les représentations mentales de l'utilisateur. Le modèle élaboré nous permettra ensuite de proposer trois typologies de métaphores,

illustrées par des exemples concrets, et de développer une série d'arguments qui étayent notre hypothèse.

- 4 L'approche que nous proposons vise essentiellement à problématiser d'un point de vue théorique les questions autour de l'usage de métaphores dans l'hypermédia. Cet article ne présente pas le résultat d'une recherche empirique, mais il tente de montrer en quoi le modèle que nous présentons permet de réfléchir au fait qu'à chaque métaphore sont liés des enjeux particuliers et d'apporter des éléments de discussion susceptibles d'enrichir la conception d'hypermédia métaphorisé. Notre modèle se veut également être un préambule à un développement empirique des hypothèses que nous évoquerons en clôture.

La métaphore comme opération cognitive

- 5 À l'origine, la métaphore vient du grec *metaphora* qui veut dire *transposition*. Elle est, suivant la définition du dictionnaire, une figure de rhétorique, un « procédé de langage qui consiste à employer un terme concret dans un contexte abstrait par substitution analogique, sans qu'il y ait d'élément introduisant formellement une comparaison » (*Le petit Robert*, 2000).
- 6 La métaphore a donc, dans nos représentations ordinaires de cette notion, un fort ancrage linguistique. George Lakoff (1987 : 58) et Mark Johnson dépassent cet ancrage et conçoivent la métaphore de manière plus générale comme un processus cognitif fondamental : « Notre système conceptuel ordinaire, qui nous sert à penser et à agir, est de nature fondamentalement métaphorique » (Lakoff et Johnson, 1980/1985 : 13).
- 7 C'est parce qu'un concept est structuré métaphoriquement que l'activité et, par conséquent, le langage sont aussi structurés métaphoriquement (Lakoff et Johnson, 1980/1985 : 15). Les métaphores du langage seraient le *reflet* des métaphores conceptuelles puisque le langage utilise notre appareil cognitif général. De manière plus précise, Lakoff et Johnson définissent la métaphore conceptuelle comme un processus qui « permet de comprendre quelque chose (et d'en faire l'expérience) en termes de quelque chose d'autre » (1980/1985 : 15). La métaphore conceptuelle serait, de manière schématique, une sorte de projection d'un concept plus familier, plus concret ou plus distinct, – la source – sur un autre concept qui l'est moins – la cible.

Les caractéristiques des concepts

- 8 Dès lors que la métaphore mobilise des concepts, les caractéristiques de notre système conceptuel doivent être prises en considération pour cette étude. Suivant la théorie des schémas telle qu'elle a été développée par Donald Norman et David Rumelhart (1983 : 309-318), les concepts qui interviennent dans la projection métaphorique sont représentés par des structures schématiques composées d'éléments et de relations entre ces éléments. Ces schémas structurent toutes nos connaissances. Ils sont en quelque sorte les stéréotypes de nos concepts.
- 9 Cette théorie définit le *scénario* comme le type le plus simple de schéma (Norman et Rumelhart, 1983 : 313-315). Il est constitué d'une suite d'événements d'occurrence fréquente. Les *scénarios* permettent d'inférer des éléments qui ne sont pas explicités dans la situation, fournis par le contexte d'énonciation. Par exemple, Lucie nous dit qu'elle est

allée au restaurant avec André. Ils y ont mangé un délicieux osso buco. Nous pouvons inférer qu'ils sont entrés dans le restaurant, qu'ils se sont assis à une table. Le serveur est passé prendre la commande, il leur a servi des plats, puis il leur a apporté la note après le repas. Norman et Rumelhart ajoutent que les scénarios « sont d'importants déterminants du rappel des sujets » (Norman et Rumelhart, 1983 : 314). Si Lucie nous reparle plus tard de sa dernière sortie au restaurant, nous nous souviendrons probablement de l'osso buco et de la présence d'André. Fixer des éléments nouveaux dans une structure mentale riche existante serait cognitivement peu coûteux. Nous pensons que ces différentes caractéristiques des scénarios ont une implication dans le processus métaphorique. Notre hypothèse postule en effet que le rôle joué par ceux-ci dans l'inférence et la mémorisation pourrait s'appliquer non seulement aux séquences d'événements qui surviennent fréquemment mais de manière plus générale aux concepts qui sont fréquemment activés. Ces deux propriétés sont donc également imputables à l'ensemble des concepts familiers et riches en images mentales qui sont utilisés comme sources dans la métaphore.

Les caractéristiques de la métaphore conceptuelle

- 10 Le concept source familier, dès lors porteur d'inférences et facteur de mémorisation, est projeté sur une cible pour former la métaphore. La condition, souligne Lakoff, pour que ces deux concepts puissent être liés lors du processus métaphorique, pour que la projection puisse être signifiante, est que les concepts mobilisés dans la situation soient structurellement corrélés, c'est-à-dire qu'ils doivent partager une structure similaire formée par l'expérience. La métaphore semble dès lors naturelle (1987 : 278). Mais la source et la cible ne sont pas liées en tout point dans la métaphore. Lakoff et Johnson signalent que la métaphore n'est jamais totale. D'une part, certains aspects de la source ne sont pas pertinents pour structurer le concept cible et ne sont dès lors pas utilisés. Les métaphores possèdent en effet une partie utile et une partie non utile (1980 : 61). D'autre part, la structuration métaphorique de la cible est partielle. Tous les éléments du concept cible et leurs relations ne sont pas compris en termes du concept source. Si la métaphore était totale, le concept cible deviendrait réellement un autre concept, au lieu d'être seulement compris en fonction du concept source (Lakoff et Johnson, 1980/1985 : 22-23). Les deux auteurs soulignent également une seconde propriété de la métaphore : en fonction du choix du concept source, les éléments qui sont inférés à partir de la métaphore mettent en évidence certains aspects de la cible et en masquent d'autres. Le choix du concept source détermine l'angle sous lequel nous percevons la cible (Lakoff et Johnson, 1980/1985 : 20).
- 11 Nous avons jusqu'à présent défini la métaphore comme une projection d'un concept sur un autre, ou d'un espace mental sur un autre, l'espace mental étant une notion du concept plus pragmatique. Or les recherches de Gilles Fauconnier et Mark Turner (Fauconnier, 2001 ; Fauconnier et Turner, 1994) nous laissent penser que le processus métaphorique n'est pas toujours aussi simple et direct. Il nécessite, dans certains cas plus complexes ou dans certaines situations ponctuelles, un modèle constitué de plus de deux espaces mentaux. La structure commune aux espaces source et cible forme la structure de l'espace appelé *générique* qui est projetée dans l'espace *mixte*. Ce dernier combine des spécificités de la source et de la cible et une structure plus large qui n'apparaît dans aucun des espaces initiaux. C'est dans cet espace que se situe la métaphore. Il donne une impression de structure plus riche et souvent contrefactuelle ou *impossible* mais des

inférences réelles peuvent être calculées dans la cible à partir de la situation imaginaire de l'espace *mixte* (Fauconnier, 2001 : 257).

- 12 Nous pensons que le modèle à quatre espaces de Fauconnier se rapprocherait du processus mis en œuvre dans la métaphore nouvelle. Cette métaphore, telle que la conçoivent Lakoff et Johnson, est le produit de l'imagination ou le résultat d'une création qui correspond à une nouvelle manière de penser le concept cible. Les métaphores nouvelles seraient à l'origine de la formulation d'un nouveau savoir sur la cible. Elles « nous font comprendre notre expérience de façon nouvelle. Elles peuvent ainsi donner une signification nouvelle à notre passé, à notre activité quotidienne, à notre savoir et à nos croyances » (Fauconnier, 2001 : 149).
- 13 En établissant de nouveaux liens entre deux concepts, elles nécessiteraient un processus plus complexe qu'une simple projection. Le modèle de Fauconnier et Turner intervient en outre davantage pour des processus métaphoriques ponctuels, comme celui de la métaphore nouvelle. Par contre, pour les processus métaphoriques plus permanents comme les métaphores conventionnelles, qui forment, d'après Lakoff et Johnson, une partie de notre système conceptuel ordinaire, une projection simple et directe des éléments de la source sur la cible pourrait se mettre en œuvre. Nous les utilisons tous les jours dans notre langage, sans même nous rendre compte parfois que ce sont des métaphores (Fauconnier, 2001 : 149).

La métaphore instrumentale

- 14 Le modèle que nous venons de mettre en place pour le traitement cognitif de la métaphore décrit le fonctionnement des métaphores conceptuelles. Elles peuvent apparaître dans le langage, elles sont alors le reflet de l'organisation de nos connaissances dans notre système conceptuel, sur le plan mental. La métaphore qui nous intéresse pour l'étude des hypermédias semble à priori plutôt se situer sur un plan instrumental, matériel. Celle-ci organise un contenu dans un dispositif hypermédiatique, sur un support matériel. Cependant, suivant la thèse d'André Leroi-Gourhan (1964), nous pensons que la métaphore instrumentale, comme la métaphore langagière, est l'origine et le résultat d'une métaphore conceptuelle issue de la mobilisation d'au moins deux espaces mentaux.
- 15 Leroi-Gourhan place en effet le langage et l'outil dans une même relation à la pensée :
L'homme fabrique des outils concrets et des symboles, les uns et les autres relevant du même processus ou plutôt recourant dans le cerveau au même équipement fondamental. Cela conduit à considérer non seulement que le langage est aussi caractéristique de l'homme que l'outil, mais qu'ils ne sont que l'expression de la même propriété de l'homme [...] (1964: 162-163).
- 16 L'homme se sert de la main pour fabriquer des outils afin de pouvoir exercer sa pensée (Leroi-Gourhan, 1964 : 207) et il fixe la pensée dans des symboles matériels (1964 : 261). Le langage et la technique mettent en œuvre la pensée. Nous pouvons dès lors proposer que la métaphore langagière et la métaphore instrumentale sont chacune le reflet et la mise en œuvre d'une métaphore conceptuelle.
- 17 Néanmoins, à côté des métaphores langagières, les métaphores instrumentales semblent nécessiter un traitement plus complexe. Comme dans le langage, les mots en tant que chaînes de lettres sont le moyen de transmettre une information qui est le concept auquel le mot réfère, le dispositif hypermédiatique est l'outil utilisé pour transmettre un contenu, ou plutôt pour construire chez l'utilisateur une représentation mentale de ce

contenu. Dans notre langage courant, il nous arrive de parler de la discussion en termes de guerre : « Vos affirmations sont *indéfendables*. Il a *attaqué chaque point faible* de mon argumentation. Ses critiques visaient *droit au but* » (Lakoff et Johnson, 1980/1985 : 14). Nous mobilisons à partir des mots du texte l'espace mental source de la *guerre* et l'espace mental cible de la *discussion*. La métaphore est construite à partir de l'espace *mixte* de ces deux espaces. Les lettres du mot et l'organisation des mots entre eux (le texte comme *support*) ne sont pas métaphorisées. L'hypermédia voit par contre le dispositif (le *support*) lui-même métaphorisé. Pour la métaphore instrumentale, nous mobilisons donc un nombre plus important d'espaces où l'espace mental du signifiant de l'hypermédia intervient dans le processus métaphorique. Nous proposons l'hypothèse suivant laquelle la métaphore instrumentale forme une métaphore conceptuelle à partir d'une triple construction de l'espace *mixte* : à partir de l'espace mental de la source, de celui du domaine conceptuel du contenu présenté par le dispositif et de l'espace du dispositif hypermédiatique. Cet espace *mixte* est figuré dans la représentation matérielle de l'hypermédia particulier. Et l'utilisateur comprendrait l'hypermédia métaphorisé à partir de la construction mentale de cet espace *mixte*.

- 18 Avant de présenter les différentes typologies de métaphores dans l'hypermédia, nous souhaitons émettre une remarque. Cette conception de la triple relation dans la métaphore instrumentale présuppose la distinction entre le dispositif hypermédiatique et le contenu qu'il présente. Nous marquons en réalité une différence entre les contenus conceptuels (le domaine conceptuel du contenu), c'est-à-dire tels qu'ils sont représentés mentalement dans le système conceptuel et indépendamment de leur médiation, et les contenus médiés qui sont les données telles que présentées à partir du dispositif hypermédia. Pour un site Web qui expliquerait des recettes de cuisine, les connaissances sur la cuisine en général formeraient le contenu conceptuel ; les informations transmises et la manière dont elles sont organisées dans l'hypermédia seraient le contenu médié. Ces distinctions existent cependant uniquement sur le plan de l'analyse. En effet, le contenu médié est formé, perçu et compris nécessairement à partir du contenu conceptuel, et celui-ci est modifié, enrichi, remplacé par le premier. L'un et l'autre fonctionnent en boucle. Le contenu et le dispositif, par l'entremise du contenu médié, entretiennent des liens étroits.

Les typologies de la métaphore

- 19 Notre modèle de la projection métaphorique dans l'hypermédia nous amène à réfléchir la métaphore autour des trois espaces mentaux décrits pour former la métaphore instrumentale. Nous en proposons trois typologies, chacune élaborée autour d'un de ces espaces mentaux.

Les métaphores hypertextuelle, interfaciale et hypermédiatique

- 20 La première typologie se centre sur l'espace mental du dispositif hypermédia. Celui-ci est composé d'une structure hypertextuelle et d'une interface multimédia.
- 21 Nous assimilons l'hypertextualité à la structure du dispositif, c'est-à-dire à la division du domaine du contenu en unités d'information et à l'organisation des liens entre ces nœuds qui structurent le contenu médié. Elle correspond aux *facteurs formels* tels que les définit Pierre Fastrez (2002 : 42). La structure hypertextuelle permet à l'utilisateur de *naviguer*

dans le dispositif d'une manière qui est généralement non linéaire, dans le sens où la navigation « est l'activité qui consiste à passer d'un nœud à l'autre » (2002 : 47) suivant un parcours qui n'a pas été entièrement prédéfini par le concepteur. D'après la thèse défendue par Fastrez, cette structure est signifiante ; elle participe à la construction de la représentation du contenu par l'utilisateur de l'hypermédia. La navigation est un processus de compréhension où la représentation du contenu se construit et prend sens pour l'utilisateur à partir de l'organisation des informations dans le dispositif.

- 22 Nous pouvons parler de métaphore hypertextuelle quand l'organisation hypertextuelle de l'hypermédia est structurée en fonction d'un concept source. Le découpage en unités d'information du contenu médié et les liens qui relient les nœuds sont établis suivant le modèle de structure de la source. La dimension hypertextuelle du dispositif est corrélée structurellement avec celle-ci. Un exemple est le site Web réalisé pour le cabinet ministériel belge d'Isabelle Durant¹. Il vise à donner une série d'informations sur la mobilité en Belgique. Sa structure hypertextuelle est à l'image de l'organisation interne du cabinet, le concept source. Dans l'institution, l'organigramme du personnel est composé de trois départements : celui de la ministre, celui des affaires vice-ministérielles et celui des affaires liées à son mandat de ministre de la Mobilité et des Transports. Chacun est subdivisé en cellules qui traitent de problèmes liés à des thèmes plus spécifiques. Pour le département *mobilité et transport*, les conseillers sont répartis en fonction de leur spécialité dans les cellules *rail*, *sécurité routière*, *aviation & navigation* ou *international*. Le site Web est structuré en rubriques et sous-rubriques suivant cette organisation, alors qu'une autre logique, davantage fonction de la logique propre au contenu présenté, voudrait, par exemple, qu'une partie des informations liées à l'aviation ou à la navigation se trouve dans la rubrique *international*, ou l'inverse. L'aviation et la navigation pourraient également former deux sections différentes. La structure hypertextuelle de ce site sur la mobilité est donc métaphorisée par l'organisation interne du cabinet ministériel, sans que la structure de l'interface laisse transparaître la métaphore. Comme l'illustre ce cas, la métaphore ne doit pas nécessairement être graphique pour exister dans l'hypermédia.
- 23 La seconde dimension du dispositif est l'interface multimédia. Elle est l'outil du dispositif qui permet de rendre accessibles à l'utilisateur le contenu et la structure hypertextuelle de l'hypermédia. Comme l'exprime Fabienne Laboz, « l'interface en est l'*appareillage* [...] par lequel le programme s'expose aux regards » (2001 : 2). Les unités d'information constituent ce qui est souvent appelé une *page*, ou du moins une partie de celle-ci. Les liens sont perçus par des zones *cliquables* que nous appelons *boutons*. Lorsque le *bouton* est activé, on obtient un autre affichage de l'interface et on accède à une autre unité d'information. L'interface comprend donc ce que Fastrez a appelé les *facteurs interfaciaux* : ils « regroupent d'une part la mise en écran des informations et d'autre part les différents outils de navigation » (Fastrez, 2002 : 42). Nous qualifions l'interface de multimédia parce qu'elle rend disponible le contenu et la structure hypertextuelle du dispositif à partir d'une série de canaux. Ce sont ces différents médias textuels, graphiques, sonores, animés, etc., qui soutiennent l'information dans le dispositif. Ils sont intégrés dans l'interface et par là la constituent. Ils relèvent des « facteurs liés à l'organisation interne des différents moyens d'expression utilisés dans le document, correspondant à des registres sémiotiques différents » (Fastrez, 2002 : 42), les *facteurs rhétoriques*.
- 24 À l'inverse de la métaphore hypertextuelle, la métaphore interfaciale intervient uniquement dans l'interface sans que l'organisation hypertextuelle du dispositif soit

structurée suivant le concept source. Les aspects sensoriels du concept source apparaissent à l'écran par différentes modalités que l'interface propose. L'interface du site Ferrari² est présentée et organisée suivant la métaphore du cadran de vitesse d'un tableau de bord de voiture. Le concept source structure le graphisme et la disposition des boutons, mais n'intervient pas dans la structure hypertextuelle du contenu dans le dispositif. Celle-ci comprend en effet deux rubriques principales, l'histoire et les collections de la célèbre marque de voiture, et ce découpage de l'information n'est pas analogue à la structure de la source.

- 25 Quand un hypermédia voit à la fois sa structure hypertextuelle et son interface multimédia construites en fonction d'un concept source, nous qualifions la métaphore d'hypermédiatique. La structure hypertextuelle et l'interface du site KidCity³ sont construites en fonction du concept de ville. Les informations sur les livres se trouvent dans une bibliothèque, ou l'inscription sur le site se fait à l'hôtel de ville. L'interface se présente comme une ville. On y distingue graphiquement les différents bâtiments auxquels on peut accéder.

Les métaphores définie et projective

- 26 La deuxième typologie que nous avons mise en place se construit autour du contenu conceptuel, en fonction de la relation existant entre l'espace mental de la source et l'espace mental du domaine du contenu.
- 27 Dans la métaphore *définie*⁴, cette relation est déterminée par l'habitude, par la pratique quotidienne. Le procédé métaphorique utilise, pour structurer le dispositif et son contenu, un concept source soit qui forme une métaphore conventionnelle sur le plan du contenu, soit qui est dit *correspondre* au contenu conceptuel.
- 28 Nous pourrions imaginer, dans le premier cas, adapter une métaphore conceptuelle conventionnelle à un dispositif hypermédia, par exemple la métaphore *les théories sont des bâtiments* pour un hypermédia qui présente des théories. Dans le langage courant, nous *construisons* les théories, elles comportent notamment des *fondations*.
- 29 Les métaphores du campus virtuel⁵ ou du cahier de recettes⁶ sont des exemples qui relèvent plutôt du deuxième cas. Dès lors, la métaphore *définie* métaphorise le dispositif hypermédiatique mais elle n'est pas une métaphore sur le plan du contenu. Si elle en était une, la relation entre la source et le contenu, en dehors de l'hypermédia, serait également une métaphore. Le cahier de cuisine serait une métaphore des recettes ; le campus *en dur* serait une métaphore de l'université. Cette proposition semble difficile à tenir puisque, en dehors de l'hypermédia, tout support matériel, tout objet au sens large serait métaphore. Dans le cas décrit, nous pensons que sur le plan du contenu il s'agit d'une transposition dans l'hypermédia d'un moyen utilisé habituellement pour organiser et diffuser le contenu (le campus ou le cahier), mais une transposition qui serait partielle. En effet, le contenu dans l'hypermédia n'est pas diffusé réellement dans un campus ou dans un cahier. Nous estimons que plus la transposition est complète, plus la simulation englobe l'hypermédia, plus celui-ci devient le concept source et s'éloigne de la métaphore *définie*. Nous ne serions plus face à un hypermédia métaphorisé mais face à un cahier ou à un campus.
- 30 La métaphore *projective*⁷ possède un degré de métaphorisation plus important que celui de la métaphore *définie* : elle est formée par une relation métaphorique entre l'espace

source et l'espace mental du dispositif, et par une relation entre l'espace source et l'espace du domaine du contenu qui s'apparente à la métaphore nouvelle. Le concept source ne *correspond* pas au contenu. La métaphore *projective* serait un moyen de mettre à la disposition des utilisateurs du dispositif des informations suivant une organisation et une *mise à l'écran* qui ne sont pas exploitées habituellement pour présenter ces données, qui ne font pas partie de l'usage courant. Le site *satirique* « War Académie »⁸ est une nouvelle façon de structurer les informations sur la guerre en Irak. Le concept source est l'émission de télévision-réalité « Star Academy »⁹ où les candidats sont formés et mis en compétition pour devenir des *stars* de la chanson. Les intervenants de la guerre sont présentés comme les candidats-élèves parmi lesquels il n'y aura qu'un gagnant. Nous pensons que la métaphore *projective*, en éclairant l'espace cible du contenu d'une nouvelle façon, favoriserait de nouveaux savoirs sur la cible.

Les métaphores liées au type de source

- 31 La troisième typologie est née d'un questionnement autour de la corrélation structurale entre l'espace mental source et l'espace mental du dispositif. Comme nous l'avons indiqué, pour que la métaphore semble naturelle, le concept source doit être structurellement corrélé avec le concept cible. L'espace mental du concept source doit donc partager des similitudes du point de vue de sa structure avec l'espace mental du domaine du contenu, mais aussi avec celui du dispositif. L'hypermédia est un outil qui est utilisé pour organiser des connaissances afin de les communiquer à un usager du dispositif. La structure de son interface et son hypertextualité suivent le principe d'organisation qui lui est alloué. Nous supposons donc que la métaphore semble naturelle si le concept source est lui aussi un moyen d'organisation. Sans prétendre présenter une liste exhaustive, nous pensons que le concept source peut toucher à des domaines spatiaux, médiatiques, sociaux ou narratifs, en tant que quatre principes organisateurs.
- 32 Suivant la thèse de Fastrez (2002), l'hypermédia serait compris en termes d'espace : de notre expérience spatiale est issue une structure image-schématique directement signifiante dans les termes de laquelle nous comprenons l'hypermédia. Il y aurait donc une corrélation structurale forte entre la représentation mentale du dispositif (compris en termes d'espace) et un concept source spatial qui serait utilisé pour construire l'hypermédia, qu'il concerne un objet ou un lieu puisque nous entendons l'espace dans son acceptation la plus large. Les métaphores du campus et de la ville, que nous avons décrites par ailleurs, sont des exemples de métaphore spatiale.
- 33 Un cas particulier de la métaphore spatiale est la métaphore médiatique. Les médias (au sens large, c'est-à-dire y compris les expositions, les brochures, les livres, etc.) sont utilisés *traditionnellement* pour organiser et transmettre des informations. Ils pourraient donc servir de concept source dans la construction métaphorique d'un hypermédia. Le site Web du quotidien *La Libre Belgique*¹⁰ est structuré en partie comme le journal papier : nous retrouvons une Une et les différentes rubriques (Belgique, Europe, Monde, économie, culture, sports, etc.), les articles commencent par un titre, ils comprennent une série de sous-titres, etc.
- 34 Un autre type de concept source dont la structure serait corrélée avec l'espace mental du dispositif est le système d'organisation sociale. Dans un exemple précédent, nous avons vu que le site sur la mobilité, réalisé pour le cabinet d'Isabelle Durant, était structuré à

l'image de l'organigramme interne de l'institution, c'est-à-dire par une manière d'organiser une structure sociale.

- 35 Le quatrième type de concept source évoqué est le récit. Sans entrer dans des questions de définition précises qui dépasseraient le cadre de notre propos, le récit est l'instance organisatrice des éléments de l'histoire. Il met en forme une série de connaissances sur des événements, des personnages, des lieux, etc. Nous entrons au cœur de la question de la narrativité hypermédiatique qui voudrait que celui-ci puisse être construit suivant les principes de la narration. Par conséquent, le dispositif serait corrélé *naturellement* avec le récit et pourrait être construit à partir des éléments constitutifs d'un récit.

Le rôle des métaphores dans la compréhension

- 36 L'hypothèse que nous défendons à présent est que chaque type de métaphore, modélisé par les caractéristiques du processus cognitif métaphorique que nous avons développées au début de notre propos, induit des effets particuliers sur la compréhension de l'hypermédia et de ses contenus. Nous partons du principe que l'utilisateur se construit une représentation du savoir disponible dans l'hypermédia à partir de la manière dont il *découvre* le dispositif métaphorisé. La compréhension qu'il en a est donc soumise à l'activité de navigation de l'utilisateur ; sa navigation construit sa compréhension.

La compréhension du dispositif et la navigation

- 37 Comprendre plus facilement un concept abstrait grâce à l'utilisation d'un concept familier est l'effet de la métaphore sur la compréhension qui est le plus souvent cité. L'hypermédia serait un dispositif dont la perception qu'un utilisateur peut en avoir resterait relativement abstraite. Les nœuds et les liens formeraient une structure difficilement appréhensible physiquement. Samuel Ebersole note que le degré de contact que l'utilisateur entretient avec une interface multimédia est moins élevé qu'avec un média traditionnel comme le livre (1997 : 22). Les lecteurs de journaux tiennent un journal, tournent les pages et le sentent dans leurs mains ; les utilisateurs d'hypermédias informatisés cliquent constamment avec une souris ou un clavier, sélectionnent des icônes, ouvrent des fenêtres. Ceci implique, comme le souligne Pierre Lévy, que « le repérage spatial et sensorimoteur qui joue lorsqu'on tient un volume entre les mains n'a plus cours devant l'écran » (Lévy cité dans Fastrez, 2002 : 19). La présentation par écran interposé limite aussi l'accès à l'information. En effet, l'utilisateur n'a jamais accès simultanément qu'à l'information disponible à l'écran.

Le journal est tout en open field, déjà presque entièrement déployé. L'interface informatique, en revanche, nous met en présence d'un paquet terriblement replié, avec trop peu de surface directement accessible au même instant. La manipulation doit alors se substituer au survol (Lévy cité dans Fastrez, 2002: 19).

- 38 Ces caractéristiques ont notamment des effets au niveau de la cohérence du dispositif perçue au moment de l'activité de lecture, comme le souligne Jean-François Rouet (1997 : 173-177). Le maintien de la cohérence locale et globale est un problème qui se pose pour l'utilisateur d'un hypermédia. Dans le cas du texte imprimé, la continuité des concepts définit la cohérence locale dans le texte. L'hypermédia, lui, permet à l'utilisateur de faire des sauts d'un thème à l'autre, sans que la cohérence locale soit nécessairement maintenue d'une page à l'autre. Connecter les pages entre elles demandera un effort de la part du

lecteur. En outre, à l'inverse du texte imprimé, l'hypermédia se présente (à priori) comme un réseau dont l'organisation d'ensemble n'est pas d'emblée connue du lecteur. L'utilisateur peut plus difficilement se construire une représentation globale du dispositif. Il peut se sentir désorienté ou noyé dans l'information.

- 39 La métaphore agirait dans le sens d'une perception plus concrète, plus distincte, voire plus familière de l'hypermédia. Par cette propriété, la métaphore permettrait de contrôler la relative complexité de l'interface et de la structure hypertextuelle. L'hypermédia, en étant mieux appréhendé, gagnerait une plus grande cohérence ; la métaphore susciterait la construction de relations sémantiques entre les informations récoltées sur le dispositif, relations qui favoriseraient une représentation globale de celui-ci.

Le concept familier comme producteur d'inférences

- 40 L'utilisation d'un concept familier dans le processus métaphorique aurait dès lors des implications sur la navigation et plus particulièrement sur la capacité à s'orienter. Nous avons vu que projeter un concept familier permettrait d'effectuer des inférences qui ne sont pas explicitées par la situation. Dans l'hypermédia, la métaphore permettrait de projeter un modèle de navigation sur le dispositif. Un usager qui arriverait sur un site Web construit comme une ville, par exemple, transposerait son modèle de navigation dans une ville réelle et pourrait ainsi deviner les possibilités de navigation qui s'offrent à lui dans l'hypermédia. Il pourrait s'orienter en inférant de manière prospective ses connaissances du concept source dans l'espace mental du dispositif.
- 41 La métaphore serait dans ce cas une manière de communiquer à l'utilisateur la structure du domaine d'information mise en œuvre dans l'hypermédia. La métaphore hypertextuelle serait dès lors une aide à l'orientation si l'utilisateur, en identifiant le concept source, comprend assez rapidement l'organisation hypertextuelle d'ensemble de l'hypermédia. Mais la question de l'orientation est aussi liée à l'interface dans le sens où la désorientation peut apparaître quand la structure de l'espace d'information n'est pas clairement communiquée à l'utilisateur par l'interface (Dieberger, 1997 : 8-9, 71-76). La métaphore interfaciale, qui s'ajouterait nécessairement à la métaphore hypertextuelle, permettrait de combler ce manque. Elle susciterait l'identification du concept source utilisé pour structurer le dispositif. Elle rendrait également la manipulation de l'interface plus intuitive. Les canaux de communication utilisés (texte, image, son, vidéo, animation) peuvent parfois donner l'impression d'une relative disparité dans le document, chacun pouvant fonctionner indépendamment l'un de l'autre, diffusant un contenu autonome. La métaphore interfaciale, si elle parvient à connecter ces différents médias à partir d'un concept de présentation commun, pourrait devenir une aide à leur intégration. La métaphore serait un facteur d'homogénéisation de l'interface et, par là, elle la rendrait plus intuitive pour l'utilisateur.
- 42 En ce qui concerne la compréhension, souligne Françoise Poyet, ces considérations sur la navigation se traduisent par une hypothèse théorique qui
 serait que la métaphore, en établissant des liens entre les différentes informations, permettrait une économie de traitement des informations relatives à la navigation. [...] Les métaphores favoriseraient ainsi un repérage et une appropriation rapides des interfaces (2002-2003 : 21).

- 43 Mais l'auteur insiste également sur une des limites de la métaphore : certaines recherches sur la métaphore spatiale
- mettent en évidence que les environnements électroniques présentent des caractéristiques intrinsèques qui ne permettent pas d'effectuer de transfert approprié et linéaire de l'environnement géographique réel (2002-2003 : 21).
- 44 Une caractéristique de la métaphore est que le modèle du concept source ne peut pas être entièrement transposé et adapté pour l'hypermédia. L'utilisateur ne peut donc pas s'appuyer totalement sur la métaphore pour comprendre le dispositif et pour guider sa navigation.
- 45 Dans une métaphore, même globale, le concept source structure toujours partiellement le concept cible. Si la métaphore était totale, la cible deviendrait une doublure du concept source. Certains éléments de l'hypermédia ne sont pas métaphorisés. La métaphore ne permettrait pas de comprendre l'ensemble de l'organisation du dispositif. La navigation dépendrait dès lors de la manière dont s'imbriquent les éléments métaphorisés et les éléments non métaphorisés. Nous pensons que la métaphore pourrait rendre la navigation plus complexe à partir du moment où les informations qu'elle fournirait s'articuleraient difficilement avec les parties de l'hypermédia non métaphorisées. Elle pourrait aussi surcharger le dispositif de données qui ne sont pas nécessairement utiles à la navigation. Cette limite concerne notamment certains cas où la tendance est de rendre la métaphore trop réaliste. En cherchant à simuler le concept source, le concepteur imposerait des contraintes à l'hypermédia qui pourraient le rendre plus complexe voire mener à une forme d'incohérence et de non-sens dans la construction du dispositif.
- 46 La métaphore comporte également une dimension culturelle liée au fait qu'elle est formée par l'expérience de chacun et par nos interactions avec notre environnement et notre culture. Cette caractéristique se perçoit notamment dans le fait que, pour Poyet, la métaphore peut solliciter, « chez l'utilisateur, des représentations mentales éloignées de celles élaborées par les concepteurs de sites [...]. Les décalages entre les représentations des concepteurs et celles des utilisateurs pourraient alors compliquer la navigation dans l'interface au lieu de la simplifier » (2002-2003 : 22).
- 47 Ces obstacles liés à la culture et à l'expérience individuelle poussent à relativiser le pouvoir éventuel de la métaphore en termes d'aide à la navigation.
- 48 Nous pensons néanmoins que la métaphore hypertextuelle évite en partie cet écueil culturel. La métaphore ne doit pas nécessairement être graphique pour être implémentée dans le dispositif hypermédiatique. Le jeu Zork, cité dans Dieberger (1997 : 63), suit la métaphore du paysage. Elle repose uniquement sur des textes. Les objets, les pièces et les activités du jeu sont entièrement décrits par du texte. Ce genre de dispositif textuel exige de l'utilisateur qu'il mette en œuvre à partir des mots son imagination pour se construire une représentation de la métaphore dans l'hypermédia. Cette représentation intériorisée serait pour une grande partie dépendante de l'interprétation de l'utilisateur lui-même puisque c'est à lui de combler par ses propres connaissances les vides laissés par la description. La représentation de la métaphore serait donc moins marquée culturellement et plus *souple* aux interprétations de chacun. Elle n'aurait pas à supporter les particularismes culturels de la représentation graphique qui n'est qu'un exemple réalisé parmi d'autres possibles. En contrepartie, pour parvenir à se former un espace mental de la métaphore telle que décrite par le texte, nous pensons que l'utilisateur devrait parcourir l'ensemble du texte et garder en mémoire de travail les informations qu'il en

retire. Si nous ajoutons à ce procédé la démarche de navigation, le risque de surcharge cognitive pourrait devenir important.

- 49 Dans la métaphore interfaciale, la dimension multimédia rend explicite la métaphore dans l'hypermédia. Elle pourrait être comprise relativement rapidement par l'utilisateur, sans qu'il soit nécessaire de parcourir l'ensemble du texte, et rester accessible en permanence, sans avoir besoin de retourner lire quelques lignes plus haut pour connaître la disposition des objets dans une pièce, par exemple. La métaphore est explicitée, elle rend donc apparente l'organisation des informations qui a été conçue en fonction du concept source. Elle pourrait fonctionner comme aide à la navigation, d'autant plus si la structure du dispositif est complexe et difficile à appréhender.

Le concept familier comme facteur de mémorisation

- 50 Nous avons jusqu'à présent évoqué l'utilisation d'un concept source familier au sujet des inférences qu'il produit au moment de la projection métaphorique. Mais le concept familier possède également des propriétés en ce qui concerne la mémorisation d'informations. Nous suggérons que cette caractéristique touche plus particulièrement la métaphore conventionnelle, et dès lors la métaphore définie. En effet, elle est bien connue de l'utilisateur et elle favorise une connaissance de l'ensemble de la structure du dispositif.
- 51 Pour illustrer l'effet de la métaphore sur la mémorisation, Dieberger (1997 : 41) évoque l'usage de la métaphore spatiale chez les Grecs pour mémoriser de longs morceaux de texte. Les orateurs créaient mentalement une maison et la parcouraient. Mettre divers objets comme des tableaux ou des statues à des places distinctes dans la maison structurait cet espace. Des morceaux de texte étaient attachés mentalement à ces objets. Au moment du discours, l'orateur marchait mentalement dans la maison et était capable de se rappeler les morceaux de texte en regardant les objets. Cette propriété peut se révéler intéressante pour répondre aux problèmes liés à la navigation dans l'hypermédia. La métaphore hypermédiatique serait un agent de mémorisation de l'ensemble de la structure hypertextuelle pour permettre à l'utilisateur de se souvenir de l'endroit où il se trouve dans cette structure, ou de se rappeler où et comment une information a été trouvée. La mémorisation d'informations sur le dispositif lui-même est donc une donnée qui pourrait se révéler intéressante pour répondre à certaines limites de la navigation.

La compréhension du contenu

- 52 À côté des questions liées à l'orientation et à la navigation dans le dispositif, nous pouvons nous interroger sur la manière dont la métaphore va influencer plus spécifiquement la compréhension du contenu présenté par l'hypermédia. Si les informations sont métaphorisées par un concept plus familier, elles pourraient être plus facilement comprises, voire mieux mémorisées. Les éléments qui seraient inférés à partir de la métaphore dans l'espace du domaine du contenu pourraient servir d'aide à la compréhension et à la mémorisation. L'hypothèse sous-jacente est que l'utilisateur comprendrait mieux si l'hypermédia lui permet de rattacher de nouvelles informations à des éléments qu'il connaît déjà. Le concept source fait partie du déjà connu. Mais, à l'inverse, nous pensons qu'il pourrait éventuellement rendre plus complexe l'interprétation du contenu présenté à partir du moment où la métaphore ajouterait des

données d'information qui ne seraient pas nécessaires à la compréhension du contenu. Les éléments inférés pourraient surcharger la mémoire de travail.

- 53 Au-delà de ces considérations, la métaphore peut en outre servir de cadre cognitif d'interprétation du contenu. Elle introduit du sens dans le dispositif et son contenu ; en structurant le concept cible, elle met en évidence certains aspects de ce concept et en masque d'autres. C'est l'hypothèse développée par Nancy Nelson (1986 : 17-24) dans une étude sur la métaphore de sujets économiques dans la presse écrite. Elle part du principe que le choix du concept source influence la compréhension du public et par là l'action sociale. Par exemple, les deux images métaphoriques utilisées par l'Excelsior et les agences de presse étatsuniennes dans leur article génèrent chez le lecteur des conceptualisations très différentes du problème de la dette et des solutions correspondantes :

Whereas the illness metaphor emphasizes survival of the economic system, the road rally metaphor portrays the economic route as undefined and unexplored. The divergence of these ideological orientations is critically important if Mexico wishes to develop independent or alternative economic solutions. The media's ability to subtly shape public perception of this issue could significantly influence the Mexican people's support of, or opposition to, their government's economic policies (Nelson, 1986 : 23).

- 54 Des effets similaires peuvent être produits pour l'hypermédia métaphorisé. Le concept source favoriserait certains nœuds plutôt que d'autres, certains liens. Le même contenu organisé dans l'hypermédia par deux concepts sources différents pourrait être compris dans des sens tout à fait éloignés.
- 55 La métaphore peut aussi être utilisée comme modèle de comportement social et de résolution de tâches. Ces effets ont été notamment étudiés dans le cadre de l'utilisation de la métaphore du campus virtuel pour l'hypermédia par P. Dillenbourg *et al.* (Dillenbourg, Mendelsohn et Jermain, 1999 : 1-10). Ces auteurs se sont intéressés à la manière dont la métaphore influence le processus collaboratif parmi les étudiants du campus. Les implications de la métaphore sur les comportements des usagers sont significatives (par exemple, la conversation privée est liée à la rencontre de tous les utilisateurs dans la même pièce virtuelle). Les travaux de McDonald et Gibson (cités dans Peraya, 2000 : 12-13) montrent également que le taux de participation de l'enseignant ou du tuteur dans un campus virtuel est proche de celui observé en situation présentielle.
- 56 Sur le plan de la compréhension du contenu se pose enfin la question de l'interactivité. Plusieurs types d'interactivité peuvent être mis en œuvre dans le dispositif hypermédia. L'interactivité *intentionnelle*, comme la définit Geneviève Jacquinet, est
- ce qui se joue entre l'utilisateur et l'auteur, à travers les engagements pris, par celui-ci, lors de la conception du logiciel, renvoyant à ce que l'auteur a l'intention que l'utilisateur ait l'intention de faire à partir du matériau qui lui est proposé à travers la machine et son logiciel (1993 : 99-111).
- 57 Le concepteur impose ses contraintes au dispositif et l'utilisateur essaie de percevoir la signification de celles-ci. Du côté du récepteur, l'interactivité intransitive donne à l'utilisateur l'occasion « de déployer une activité sensorielle, affective et intellectuelle, au service de l'interprétation du message » (Chateau citée dans Jacquinet, 1993 : 99-111). Elle est l'activité cognitive à partir de laquelle l'utilisateur va donner du sens aux nœuds qu'il traverse et aux liens qui les connectent. Sans vouloir opposer ces deux notions, nous interprétons ces deux types d'interactivité comme les deux plateaux d'un balancier : la première concerne la démarche cognitive par laquelle l'utilisateur essaie de comprendre

l'hypermédia en découvrant l'intention de l'auteur à partir des contraintes du dispositif, la deuxième laisse davantage de place au libre parcours cognitif de l'utilisateur, à ses propres interprétations. Dans un hypermédia métaphorisé, nous estimons que la métaphore, lorsqu'elle a un rôle à jouer dans le contenu, contraint dans une certaine mesure la liberté de l'utilisateur. Nous pensons qu'elle lui impose, par l'explicitation de sa structure, les interprétations qu'il formule sur les connexions qu'il fait entre les unités d'information. La métaphore favoriserait donc l'interactivité intentionnelle au détriment de l'interactivité intransitive.

- 58 Cependant, la métaphore, si elle est *projective*, pourrait participer à l'élaboration de nouvelles connaissances sur le contenu. Actuellement, les métaphores *projectives* sont relativement rares. Elles pourraient être des métaphores spatiales dont le concept source est un espace ou un objet au sens large. Les métaphores médiatiques, sociales et narratives, dans la mesure où elles sont le plus souvent utilisées en *correspondance* avec le contenu, relèvent généralement de la métaphore *définie*. Cette tendance est peut-être davantage prégnante encore pour les métaphores médiatiques, puisque finalement tout contenu pourrait logiquement être transmis par un média. Par exemple, la métaphore muséale est presque toujours une métaphore *définie* parce que la plupart des contenus pourraient être présents dans un musée. Nous pourrions cependant imaginer que ces métaphores s'éloignent de leur contenu dans certains cas. Nous pourrions structurer un hypermédia qui vise à expliquer des notions de cuisine par la métaphore du groupe d'amis. Certains ingrédients ont plus d'affinités avec l'un qu'avec l'autre ; ils se rencontrent autour d'un repas ; il existe un grand nombre de groupes d'amis à travers le monde ; un ingrédient peut faire partie de plusieurs groupes d'amis. Cette métaphore mettrait notamment l'accent sur les aspects collaboratifs voire joviaux de la cuisine. Il s'agit ici d'une métaphore *projective*. Elle nous présente la cuisine sous un jour nouveau et nous transmet dès lors de nouveaux savoirs sur ce sujet.

Conclusion

- 59 L'objectif principal de notre propos, par une approche cognitive de la compréhension de la métaphore dans l'hypermédia, était de mettre en évidence les caractéristiques de celle-ci et de distinguer des catégories de métaphore, de manière non exhaustive. Nous avons également cherché à montrer que ces différentes métaphores impliquent chacune des effets particuliers sur la compréhension du dispositif et des contenus qu'il présente.
- 60 À partir des différentes réflexions soulevées, nous avons distingué dans un premier temps les métaphores hypertextuelle, interfaciale et hypermédiatique dans le dispositif lui-même. Nous avons principalement discuté de leurs implications sur la navigation de l'utilisateur. Notre hypothèse est que la métaphore hypertextuelle, en structurant le contenu du dispositif, est une condition nécessaire et suffisante à la production d'effets de la métaphore sur la compréhension, en tant que générateur d'inférences intervenant sur l'orientation dans la structure du dispositif et facteur de mémorisation de cette organisation. La métaphore interfaciale, qui est une présentation graphique de la source à l'écran, interviendrait comme complément, voire comme renforcement, de la métaphore hypertextuelle en jouant un rôle de support multimédia de la structure du dispositif. Utilisée seule, nous pensons qu'elle ne pourrait intervenir sur l'activité de navigation et sur la compréhension de l'hypermédia que dans une moindre mesure, sans vouloir

minimiser ses qualités en ce qui concerne le caractère ludique et esthétique qu'elle peut fournir au dispositif.

- 61 Dans un second temps, les principales caractéristiques que nous avons mises en évidence pour les métaphores *définie* et *projective* se situent sur le plan de la compréhension du contenu diffusé par le dispositif. Nous soutenons l'hypothèse que l'une et l'autre favoriseraient une compréhension du contenu *encadrée* par le concept source. Mais la métaphore *projective*, qui est une métaphore nouvelle, possède un potentiel pour l'acquisition de nouveaux savoirs sur le contenu par l'utilisateur, alors que la métaphore *définie* pourrait être un outil d'aide à la navigation dans le dispositif.
- 62 Nous sommes consciente que ces distinctions et ces hypothèses restent pour la plupart d'entre elles théoriques, alimentées par une série de références issues des sciences cognitives. Elles doivent dès lors être relativisées jusqu'à ce qu'une démarche empirique puisse les confirmer. Nous pensons cependant qu'il est intéressant qu'elles soient prises en compte comme éléments de réflexion lors de recherches dans ce domaine ou lors de la conception de dispositifs hypermédiatiques métaphorisés.

BIBLIOGRAPHIE

BAUDOUX, Michelange (1994), « Notes sur la *Grammaire philosophique des tropes* de Michele Prandi », *Recherches en communication*, n° 1, p. 49-69.

DIEBERGER, Andreas (1997), « A city metaphor to support navigation in complex information spaces », dans Stephen C. HIRTLE et Andrew U. FRANK, *Spatial International Conference COSIT'97*, Springer, Berlin, p. 53-67.

DILLENBOURG, P., P. MENDELSON et P. JERMANN (1999), *Why Spatial Metaphors are Relevant to Virtual Campuses ?*, Genève, TECFA.

EBERSOLE, Samuel (1997), « Cognitive issues in the design and deployment of interactive hypermedia : Implications for authoring WWW sites », *Interpersonal Computing and Technology : An Electronic Journal for the 21st Century*, 5 (1-2), p. 19-36.

FASTREZ, Pierre (2002), *Navigation hypertextuelle et acquisition de connaissances. Étude de l'influence de la construction d'un hypermédia éducatif sur l'organisation des connaissances acquises à travers sa consultation. Approche sémio-cognitive. Dissertation doctorale présentée en vue de l'obtention du grade de docteur en sciences sociales (information et communication)*, Louvain-la-Neuve, Université catholique de Louvain (Département de communication).

FAUCONNIER, Gilles (2001), « Conceptual blending and analogy », dans Dedre GENTNER, Keith J. HOLYOAK et Boicho N. KOKINOV, *The Analogical Mind. Perspectives from Cognitive Science*, Massachusetts, The MIT Press, p. 255-285.

FAUCONNIER, Gilles, et Mark TURNER (1994), *Conceptual Projection and Middle Spaces*, San Diego, University of California.

JACQUINOT, Geneviève (1993), *De l'interactivité transitive à l'interactivité intransitive : l'apport des théories d'inspiration sémiologique à l'analyse des supports de la communication éducative médiatisée*, Édition UNICOPOLI.

LABOZ, Fabienne (2001), « Conception multimédia : la métaphore, guide de l'intentionnalité », actes du colloque *La communication médiatisée par ordinateur : un carrefour de problématiques*, Sherbrooke, Université de Sherbrooke.

LAKOFF, George (1987), *Women, Fire, and Dangerous Things*, Chicago, The University of Chicago Press.

LAKOFF, George, et Mark JOHNSON (1980/1985), *Les métaphores dans la vie quotidienne*, traduit par Michel de Fornel, Les Éditions de Minuit.

LE PETIT ROBERT électronique (2000).

LEROI-GOURHAN, André (1964), *Le geste et la parole. Technique et langage*, tome I, Paris, Éditions Albin Michel.

NELSON, Nancy L. (1986), « Metaphor and the media », *Studies in Communication*, vol. 4, p. 17-24.

NIELSEN, Jakob (1995), *Multimedia and Hypertext. The Internet and Beyond*, San Diego, Morgan Kaufmann (Academic Press).

NORMAN, Donald, et David RUMELHART (1983), « Schémas et frames », dans *La psychologie. Textes essentiels*, Paris, Larousse, p. 309-318.

PERAYA, Daniel (2000), « Internet, un nouveau dispositif de médiation des savoirs et des comportements ? », actes des Journées d'études *Éduquer aux médias à l'heure du multimédia*, Conseil de l'éducation aux médias, Bruxelles.

POYET, Françoise (2002-2003), « La métaphore spatiale pour la navigation en situation de formation en ligne », *Éducation permanente*, n° 152, p. 19-29.

ROUET, Jean-François (1997), « Le lecteur face à l'hypertexte », dans Jacques CRINON et Christian GAUTELLIER, *Apprendre avec le multimédia. Où en est-on ?*, Paris, Éditions Retz, p. 165-180.

NOTES

1. <http://www.isabelledurant.be> consulté le 19 juin 2003.
2. <http://ferrari.fr.free.fr/> consulté le 04 novembre 2003.
3. <http://www.kidcity.be> consulté le 07 août 2002.
4. Le terme est emprunté à Michelange Baudoux lorsqu'il évoque l'analogie définie (1994 : 60-61).
5. <http://vcampus.u-strasbg.fr/> consulté le 05 novembre 2003.
6. <http://www.wallonie.com/cuisine/> consulté le 07 août 2002.
7. Le terme est emprunté à Baudoux lorsqu'il évoque l'analogie projective (1994 : 60-61).
8. <http://www.waracademie.com/> consulté le 05 novembre 2003.
9. <http://staracademy.tf1.fr/> consulté le 05 novembre 2003.
10. <http://www.lalibre.be> consulté le 11 juillet 2003.

RÉSUMÉS

Cet article propose une réflexion sur les enjeux que la métaphore utilisée pour construire un hypermédia génère sur le plan communicationnel. Il s'inscrit dans une approche cognitive de la compréhension de la métaphore. L'objectif principal, au-delà de prises de position en faveur ou non de cet outil de conception, est de proposer trois typologies de métaphores. L'hypothèse sous-jacente est que chaque catégorie induit des effets particuliers pour l'utilisateur sur sa compréhension du dispositif et sur la représentation du contenu que celui-ci véhicule.

This article proposes a reflection on the stakes involved in the use of metaphor to construct a hypermedia generated at the communicational level. It is inscribed in a cognitive approach to metaphorical understanding. The principal objective, beyond taking a « for or against » position towards the conceptual tool, is to propose three typologies of metaphor. The underlying hypothesis is that each category leads to particular effects on the user at the level of his/her understanding of the apparatus and at the level of his/her representation of the contents that this allows for.

Este artículo propone una reflexión sobre las implicaciones que la metáfora utilizada para construir un hipermedio de comunicación, genera desde el punto de vista de la comunicación. Esta reflexión se enmarca en un enfoque cognitivo de la comprensión de la metáfora. El objetivo principal es proponer tres tipologías de las metáforas, yendo más allá de la toma de posición en favor o no de este instrumento de concepción. La hipótesis subyacente es que cada categoría provoca efectos particulares para el usuario en lo que respecta a la comprensión del mecanismo y a nivel de la representación del contenido que es vehiculado.

INDEX

Mots-clés : approche cognitive, hypermédia, métaphore, représentation, typologie

Keywords : cognitive approach, metaphor, typology

Palabras claves : enfoque cognitivo, hipermedio, metáfora, representación, tipología

AUTEUR

ANNE-SOPHIE COLLARD

Anne-Sophie Collard est assistante au Département de communication de l'Université catholique de Louvain et membre du GREMS (Groupe de recherche en médiation des savoirs). Courriel : collard@reco.ucl.ac.be